

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial ialah media berbasis *online* yang mendukung adanya interaksi sosial serta media sosial menggunakan teknologi yang menjadikan komunikasi menjadi dialog interaktif. Situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain blog, twitter, facebook, instagram, dan Wikipedia. Menurut Van Dijk¹ media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dengan cara memfasilitasi dalam beraktivitas maupun berkolaborasi sehingga media sosial menjadi media yang mampu menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial yang muncul pertama kali adalah *Six Degrees* pada tahun 1997² yang pada saat itu hanya memiliki fungsi yang terbatas, tapi dengan berkembangnya perkembangan teknologi media sosial dapat dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin. Seperti yang akhir-akhir ini sering digunakan oleh generasi milenial yaitu instagram.

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang berfungsi untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membuat video. Pengguna instagram juga bisa membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook*, ataupun *blog*. Instagram bisa membentuk citra diri sesuai keinginan pengguna instagram.³ Penggunaan media sosial instagram sendiri berdiri pada tahun 2010.⁴ Instagram menjadi *booming* karena dengan memiliki akun media sosial tersebut

¹ Rulli Nasrullah, 2017, Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, hal. 11

² Fadli Adzani, "six degrees": <https://hai.grid.id/read/07601078/ini-dia-sosial-media-pertama-yang-ada-internet?page=all> (Diakses pada 26 Maret 2019, pukul 12.05)

³ Dinda Marta, "instagram": <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmntsb1ebd5f9d32full.pdf> (Diakses pada 26 Maret 2019, pukul 15.03)

⁴ Kodokoala, "Social media instagram": <https://kodokoalamedia.co.id/2015/09/27/penjelasan-tentang-instagram-dan-kegunaannya/> (Diakses pada 07 Maret 2019, pukul 08.52)

kita sudah bisa mendapatkan segala yang kita butuhkan seperti *chattingan*, mengirimkan foto, mengunggah foto maupun video sehari-hari hingga menjadikan instagram sebagai album foto maya. Pengguna instagram di Indonesia saja hingga Januari 2018 adalah 53 juta pengguna dan Indonesia beradadi urutan ketiga.⁵

Aplikasi instagram digemari oleh masyarakat baik dari anak usia 13 tahun keatas hingga orang tua yang ingin memantau kegiatan anaknya di media sosial. Untuk dapat menggunakan aplikasi instagram pun cukup mudah, dimulai dari membuka aplikasi *google play* atau *app store*, mengunduh aplikasi tersebut lalu mendaftarkan diri menjadi pengguna instagram. Instagram juga menyediakan akun bisnis sehingga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sarana promosi dan sebagainya⁶.

Seperti Instagram @malangfoodies yang merupakan akun instagram yang berfokus pada kuliner yang ada di Kota Malang. Instagram @malangfoodies berdiri pada tahun 2014. Peneliti sempat melakukan wawancara dengan inisiator @malangfoodies yaitu mas Akbar. Dari wawancara tersebut diketahui bahwa tujuan awalnya instagram @malangfoodies dibuat untuk menyalurkan hobi *food photography* inisiator dan teman temannya, tapi lama kelamaan dengan pemanfaatan media sosial yang semakin baik membuat inisiator ingin memanfaatkan akun @malangfoodies sebagai salah satu akun referensi dalam memilih kuliner khususnya di Kota Malang. Saat ini *followers* akun instagram @malangfoodies sudah mencapai 193.000 *followers*.

⁵ Kaatadata, "Jumlah pengguna instagram": <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (Diakses pada 11 Maret 2019, pukul 20.09)

⁶ Arif Basukianto, "instagram": https://www.pricebook.co.id/article/tips_tricks/2018/02/23/8142/tips-menggunakan-instagram (diakses pada 18 Maret 2019, pukul 02.53)

Peneliti memaparkan beberapa akun instagram yang berfokus pada kuliner di Kota Malang beserta jumlah postingan dan jumlah *followers*:

Nama akun	Postingan	Followers
Malangfoodies	1.614	193.000
Kulinermlgcom	281	2.059
Kuliner_malang	3.938	138k
Mlggoodfood	789	19,3k
Infokuliner.malang	844	73k

Tabel 1.1. Data akun instagram yang fokus pada kuliner di Malang

Sumber: Olahan Peneliti, 11 Maret 2019

Dari beberapa akun yang peneliti paparkan, terlihat bahwa akun @malangfoodies merupakan akun yang memiliki jumlah *followers* terbanyak. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mengetahui bahwa akun instagram ini mengunggah postingan kuliner 2 hari sekali bahkan bisa setiap harinya. Peneliti mendapatkan data dalam satu minggu terakhir (28 Februari-6 Maret 2019), akun @malangfoodies mendapat 26.344 *profile visit* atau berapa banyak *instagram user* yang berkunjung ke beranda @malangfoodies. *Engagement rate* merupakan total pengguna instagram yang menyukai (*like*), menyimpan postingan (*save*), hingga berkomentar (*comment*) pada postingan yang kita unggah⁷. *Engagement rate* yang didapatkan oleh @malangfoodies dari 12 postingan terakhir adalah 0,45%.

Keberadaan akun instagram @malangfoodies dapat membantu masyarakat terutama mahasiswa perantau yang ada di Kota Malang untuk mencari kuliner yang diinginkan.⁸ Keberadaan akun @malangfoodies selain memberikan foto yang

⁷ Digital Marketer, "Pengertian engagement rate": <https://digitalmarketer.id/social-media/menggunakan-instagram-insight-untuk-analytic-instagram-marketing-anda-2/> (Diakses pada 07 Maret 2019, Pukul 11.27)

⁸ Ikhwanul Rubby, "kegunaan akun kuliner di media sosial": <http://pekanbaru.tribunnews.com/2016/04/01/tren-promosi-produk-kuliner-di-media-sosial-instagram-paling-banyak-digunakan> (Diakses pada 26 Maret 2019, pukul 17.04)

menarik, juga memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa perantau seperti alamat, suasana, jam operasional hingga harga yang dihabiskan ketika berkunjung ke tempat tersebut.

Dari yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, terlihat bahwa keberadaan akun @malangfoodies ini berpengaruh pada mahasiswa perantau. Hal ini dikarenakan oleh mahasiswa perantau yang terkadang kebingungan saat berada di tanah rantau karena perbedaan sosial, budaya, geografi hingga kuliner. Menurut Hurlock⁹ (1999) dibutuhkan banyak penyesuaian yang dibutuhkan mahasiswa perantau seperti ketidakhadiran orang tua, sistem pertemanan dan komunikasi yang berbeda, penyesuaian dengan norma sosialisasi warga setempat, gaya belajar yang sulit diikuti hingga penyesuaian cita rasa makanan. Mas Akbar selaku inisiator @malangfoodies mengatakan bahwa mahasiswa perantau dapat menjadi salah satu sasaran bagi akun instagram @malangfoodies untuk menyampaikan informasi terkait kuliner di Kota Malang. Sehingga mahasiswa perantau akan melihat akun @malangfoodies saat ingin memilih dan berkunjung ke tempat kuliner.

Data yang didapat dari Biro Administrasi Akademik (BAA) Universitas Muhammadiyah Malang terlihat bahwa mahasiswa perantau tahun 2018 dari Pulau Kalimantan yang terbanyak adalah dari Kalimantan Timur. Peneliti kemudian menyebarkan angket pra survey untuk mencari responden pada penelitian ini dan mendapatkan 60 mahasiswa yang sesuai dengan kriteria. Berdasar pengamatan peneliti, mahasiswa perantau cenderung lebih senang untuk berkumpul dengan

⁹ Hurlock, E.B. 1999. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga

sesama teman perantauan hal ini disebabkan oleh kesamaan bahasa, adat istiadat, hingga finansial. Finansial juga berpengaruh pada kebiasaan *hang-out*, karena apabila finansial mahasiswa perantau cukup tinggi, membuat kebiasaan *hang-out* meningkat. Peneliti bertanya pada salah satu mahasiswa yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Malang asal Kalimantan Timur terkait uang bulanan yang didapat dan kemana saja uang tersebut digunakan. Jawaban dari responden adalah uang bulanan yang dikirim sebesar 5 juta rupiah dan hampir 70% uang tersebut digunakan untuk makan dan nongkrong bersama teman. Dalam sekali nongkrong, responden mengatakan bisa menghabiskan uang sebesar 300 ribu rupiah.

Akibat dari kebiasaan nongkrong di era sekarang, Banyak bermunculan lahan yang dijadikan ruko. Contohnya saja Di Jl. Soekarno Hatta yang merupakan pusat tempat nongkrong di Kota Malang, terlebih jalan tersebut merupakan area strategis yang dikelilingi oleh beberapa universitas ternama di Kota Malang. Peneliti mencoba melakukan survey ke Mie Gacoan di Jl. Kendalsari pada hari Kamis, 07 Maret 2019. Peneliti memilih tempat tersebut selain karena memang hampir setiap hari tempat tersebut penuh dan ramai didatangi oleh para mahasiswa adalah Mie Gaoan pernah bekerjasama dengan akun @malangfoodies untuk mempromosikan tempatnya. Lalu peneliti bertanya kepada manager dari mie gacoan yaitu, mba Tiara perihal jumlah pengunjung yang datang dalam sehari. Beliau mengatakan bahwa jumlah pengunjung yang datang bisa mencapai 1.000-1.500 perhari termasuk dengan orderan via Go-food maupun grab-food dengan jumlah makanan dan minuman yang dijual berjumlah lebih dari 2.000 porsi perhari.

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut karena peneliti sadar akan banyaknya mahasiswa perantau yang berada di Kota Malang dan kebutuhan preferensi kuliner yang besar dengan diikuti perkembangan zaman dan teknologi. Sehingga dengan adanya akun @malangfoodies maka banyak pelaku usaha terutama di bidang kuliner memanfaatkan keberadaan @malangfoodies sebagai salah satu media dalam komunikasi pemasaran. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan subjek penelitian mahasiswa perantau dari Kalimantan Timur 2018 yang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Malang, karena peneliti mengamati gaya hidup dan finansial perbulan mereka lebih tinggi dibanding daerah kalimantan lainnya. Dari penjabaran diatas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Terpaan Akun Instagram @malangfoodies Terhadap Preferensi Dalam Memilih Kuliner di Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa Rantau Asal Kalimantan Timur Angkatan 2018 di Universitas Muhammadiyah Malang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian kali ini diantaranya adalah:

- Adakah pengaruh dari terpaan akun instagram @malangfoodies terhadap preferensi dalam memilih kuliner di Kota Malang?
- Seberapa besar pengaruh terpaan akun instagram @malangfoodies terhadap preferensi memilih kuliner di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui adakah pengaruh yang dihasilkan dari akun instagram @malangfoodies terhadap preferensi dalam memilih makanan
- Untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan akun instagram @malangfoodies terhadap preferensi dalam memilih makanan di Kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak terkait diantaranya:

Dari sisi akademis:

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu sosial terutama ilmu komunikasi.
2. Dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.

Dari sisi Praktis:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi @malangfoodies dalam meningkatkan komunikasi terutama dalam pengelolaan konten.